



Experiencia de usuario, ¿más importante que el precio de los productos en 2022?

CIUDAD DE MÉXICO. 20 de diciembre de 2021.- La experiencia de usuario es fundamental en la actualidad y rumbo a 2022. De hecho cifras de [Forrester](#) indican que el 72% de las empresas señalan que mejorar su *customer experience* es su máxima prioridad, y el 63% de los empresarios priorizan la inversión de tecnología para cumplir ese propósito.

Lo anterior no es casualidad si consideramos que el 39% de los consumidores creen que, al elegir un comercio, la experiencia del cliente es mucho más importante que incluso el precio de los productos, de acuerdo con [Adyen](#). Es decir, el cliente ya no compra con quien le vende más barato, sino con quien le atiende mejor.

Para ello, es fundamental mencionar a la mensajería instantánea como una herramienta clave para mejorar el *customer experience* y generar beneficios en torno a ello: un cliente bien atendido no solo volverá una y otra vez a comprar sino que posiblemente opinará de forma positiva en las plataformas digitales con respecto a su producto/servicio.

- **¿Cómo podemos mejorar la experiencia al cliente a través de mensajes?**

1. Siempre estar disponible de inmediato

La primera ventaja de utilizar la mensajería instantánea como herramienta de comunicación con los clientes es la posibilidad de contestar inmediatamente a sus dudas, solicitudes y otro tipo de mensajes, en lugar de hacerlos esperar en la línea telefónica hasta que un operador los pueda atender.

De hecho, [Forrester](#) señala que el 73% de los consumidores indican que el valorar su tiempo es lo más importante que una empresa debe hacer cuando busca darle un servicio adecuado.

Para lograrlo, las firmas pueden implementar un modelo híbrido de atención utilizando, primero, un chatbot automático que de acuerdo con datos de [Auronix](#) puede resolver el 90% de las dudas automáticamente, combinado con la atención de un asesor cuando las preguntas son más específicas.

2. Atiende por donde el cliente prefiera

Para ello necesitas tener disponibles todos los canales de mensajería habilitados: como WhatsApp Business, Facebook Messenger, Business Messages de Google, Instagram, Apple Messages for Business, Twitter, etc.

Pero no solo se trata de tener una cuenta abierta en cada canal: requieres gestionar los chats de modo que al momento de conversar, el cliente pueda pasar de una plataforma a otra sin



fricción y sin sentir que la interacción se vea interrumpida. Se requiere de una plataforma tecnológica que de visibilidad de las conversaciones, permita integrar la gestión en una sola pantalla y utilice los datos recabados en cada chat para crear perfiles y conocer cada vez mejor al cliente, para ofrecerle una experiencia más personalizada.

3. Chats, no los uses solo para conversar

La experiencia de chatear con una empresa no solo se debe limitar a la conversación: cuando se utiliza un ecosistema robusto que integre chatbots con inteligencia artificial para contestar automáticamente las dudas más frecuentes, así como plataformas de envío y atención, integración con pasarelas de pagos y sistemas empresariales, entonces el cliente tiene una experiencia más completa e integral al comunicarse con la firma.

Incluso, de ese modo, las funcionalidades de los diversos chats pueden hacer que cada conversación se convierta en una potencial ventana de ventas para el negocio. Esto es fundamental si consideramos que más del 70% de las personas piensan incrementar su gasto en comercio conversacional de acuerdo con Auronix.

Además, el 71% de las personas admiten que compran desde sus smartphones según datos de [Marketing Charts](#), dispositivos en los que los usuarios han adoptado a la mensajería instantánea como la segunda actividad más realizada, con un 83.9% según la Asociación del Internet MX.

En resumen, es fundamental que las empresas cuenten con un sistema con la capacidad de enviar el mensaje correcto, por el mejor canal y en el momento adecuado, así como gestionar los mensajes entrantes en una sola pantalla, para respuestas más inmediatas y acertadas con el fin de mejorar la experiencia del cliente, un 'must' hacia 2022 en donde los compradores buscarán procesos de compra cada vez más personalizados y fáciles.

Sobre Auronix

Auronix empresa mexicana de tecnología, líder en plataformas de comunicación como servicio que ofrece soluciones a marcas para conectar con sus clientes en los canales de mensajería más populares y novedosos. Los clientes de Auronix pueden enviar y orquestar notificaciones por cualquier canal, así como atender a usuarios a través de experiencias conversacionales con chatbots y agentes humanos. Con 27 años en el mercado, Auronix empodera a las organizaciones para crear una experiencia de comunicación omnicanal, de la mano de tecnología robusta y amigable. Auronix crea una interacción entre empresas y consumidores mediante canales de mensajería como WhatsApp, RCS, SMS, Business Messages de Google, Apple Business Chat, entre otros. Los servicios de Auronix permiten a las compañías generar una interacción personalizada con los consumidores a lo largo del *customer journey*, lo que mejora la experiencia de usuario, incrementa la lealtad y ventas, y reduce costos operativos. Actualmente, más de 1,000 empresas están conectando y creando experiencias conversacionales con sus clientes de la mano de Auronix, tales como Clip, Conekta, Estafeta, Oxxo, Chedraui, Didi, Betterware, 99 minutos, el Instituto Nacional Electoral (INE), el Servicio de Administración



Tributaria (SAT) y Grupo Diagnóstico Aries. Para más información sobre los servicios que ofrece Auronix, consulta <https://www.auronix.com/>